

“CASA MIA O CASA TUA”?
LE PIATTAFORME E L’IDENTITÀ PERFORMATA DALLA E NELLA TRAP
IN ITALIA

Mattia Zanotti

La trap italiana costituisce un osservatorio privilegiato per comprendere come, nello spazio digitale, si costruiscono e si rappresentino identità culturali complesse. Questo studio indaga le rappresentazioni intermediali dell’italianità nella trap contemporanea, con particolare attenzione ai modi in cui artisti e comunità performano simboli, linguaggi e codici culturali sulle piattaforme social. L’analisi si concentra sull’uso creativo del vocabolario legato all’“italianità” – in chiave espressiva, simbolica o ironica – come dispositivo identitario e come forma di partecipazione discorsiva. La metodologia adottata si basa sui *digital methods*, applicati al brano *Casa mia* di Ghali (2024) e ai contenuti ed esso correlati pubblicati su YouTube e TikTok. Videoclip, *caption*, commenti e altre forme di interazione digitale vengono letti come spazi di produzione e circolazione di immaginari legati alla periferia urbana, alla marginalità e alla performatività del sé. L’obiettivo è mostrare come la trap, attraverso una estetica visiva e sonora fortemente intermediale, articoli nuove narrazioni dell’italianità, spesso sospese tra locale e globale, autenticità e spettacolarizzazione. Integrando gli studi sulle piattaforme con quelli sulla *popular music*, la ricerca mette in evidenza il ruolo delle piattaforme digitali non solo come canali di distribuzione, ma come ambienti mediatici attivi, capaci di modellare e orientare la costruzione dei significati culturali.

Parole chiave

Trap; Piattaforme; Interdisciplinarietà; TikTok; YouTube; Rimedazione; Metodi Digitali.

“CASA MIA O CASA TUA”?
PLATFORMS AND THE PERFORMED IDENTITY OF AND WITHIN ITALIAN TRAP

Italian trap music offers a privileged vantage point for understanding how complex cultural identities are constructed and represented within digital environments. This study examines the intermedial representations of “Italianità” in contemporary trap, with particular attention to the ways in which artists and online communities perform symbols, languages, and cultural codes on social platforms. The analysis focuses on the creative use of vocabulary associated with “Italianità” – whether expressive, symbolic, or ironic – as both an identity-building device and a form of discursive participation. The methodological approach is grounded in digital methods, applied to Ghali’s 2024 track *Casa mia* and to the related content published on YouTube and TikTok. Music videos, captions, comments, and other forms of digital interaction are interpreted as spaces for producing and circulating imaginaries tied to urban peripheries, marginality, and self-performativity. The aim is to show how trap, through a strongly intermedial visual and sonic aesthetics, articulates new narratives of Italianità, often positioned between the local and the global, authenticity and spectacle. By bringing together platform studies and popular music studies, the research highlights the role of digital platforms not merely as channels of distribution, but as active media environments capable of shaping and directing the construction of cultural meaning.

Keywords

Trap; Platform; Interdisciplinarity; TikTok; YouTube; Remediation; Digital Methods.

DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2035-7141/23792>

“CASA MIA O CASA TUA”?

LE PIATTAFORME E L’IDENTITÀ PERFORMATA DALLA E NELLA TRAP IN ITALIA

Mattia Zanotti

Introduzione

Del perché avvicinare la trap (in questo modo)

La trap italiana offre un osservatorio privilegiato per comprendere le modalità attraverso cui, nello spazio digitale, si costruiscono e si rappresentano oggi identità culturali complesse. Essa sembra poter descrivere «formazioni di compromesso, che parlano non di antagonismi già declinati in forma compiuta nella società, bensì di una loro possibilità, o meglio, del loro manifestarsi in un terreno immaginario, quello della *popular music*» (Bianchi e Dal Lago 2017, 12). In linea con questa prospettiva, si tende spesso a pensare che la *popular music* «compia innanzitutto un’opera di dissimulazione dei rapporti sociali, che sia uno strumento per renderli opachi o incomprensibili» (*Ivi*, 13). Tuttavia, il caso della trap consente di leggere questa dinamica in modo più articolato, come un continuo scambio tra adesione e resistenza. Da questo punto di vista, la trap si caratterizza per una forte ambivalenza interna, «dove l’adesione di larga parte dei suoi circuiti a meccanismi di disciplinamento e sussunzione del fenomeno a logiche di valorizzazione capitalista convive con la capacità di tali circuiti di conservare parziale autonomia e controllo sul processo produttivo e contenutistico» (Fedele 2024, 16). Il pubblico, infatti, non è soltanto destinatario ma parte attiva nella diffusione e produzione del genere, soprattutto attraverso i *social network* (Marino e Tomatis 2019; Giorgi e Zanotti 2024). Ne deriva uno specifico rapporto tra la possibile ascesa dell’artista e la comunità che lo sostiene, legato alla forza della narrazione e dell’immaginario condiviso: quanto più tale immaginario è percepito come autentico, tanto maggiore è la possibilità di riconoscimento e affermazione. La trap italiana lega così la propria diffusione alla capacità di fornire una forma di espressione collettiva, immediata e

non mediata, delle condizioni sociali e delle aspirazioni della Generazione Z – in particolare tra i giovani appartenenti alle classi medie e basse, spesso di origine migrante (Cuzzocrea e Benasso 2020; Belotti 2021). Nell'apparente riproduzione degli ideali dominanti del tardo capitalismo – materialismo, competizione, successo individuale –, la trap non si limita a una dissimulazione o anestetizzazione del sociale, ma, come la *popular music* americana analizzata da Bianchi e Dal Lago (2017), propone una rappresentazione trasfigurata dei suoi sintomi. Essa svolge una funzione di mediazione ideologica, fornendo un senso di appartenenza che, se non è risulta più essere di classe, è quantomeno esistenziale (Fedele 2024, 80-82).

L'immaginario trap richiama così sentimenti di estraneità, esclusione e impossibilità di piena partecipazione politica, sociale, economica e culturale – una condizione insieme rivendicata e subita, fondata su caratteristiche percepite come ascritte. In questa rappresentazione trovano un riferimento ampio categorie sociali diverse, accomunate da esperienze di marginalità, oppressione e precarizzazione del sé, tratti distintivi dell'epoca contemporanea (*Ibidem*). L'immaginario trap, dunque, oltrepassa i confini del “ghetto”: l'identificazione con una condizione di intrappolamento – all'origine stessa del termine *trap* – dà luogo a soggettività di minoranza eterogenee che si relazionano ai modelli dominanti e si esprimono attraverso la musica. Questo articolo vuole quindi analizzare le rappresentazioni intermediali dell'italianità nella trap contemporanea, con particolare attenzione ai modi in cui artisti e comunità performano simboli, linguaggi e codici culturali attraverso le piattaforme social. L'indagine si concentra sull'uso del vocabolario legato all'“italianità” – in chiave espressiva, simbolica o ironica – come elemento di costruzione identitaria e di partecipazione discorsiva. La metodologia adottata si fonda sui *digital methods* (Rogers 2013), strumenti modulari che sfruttando i metodi integrati nei dispositivi dominanti online per riutilizzarli nella ricerca sociale e culturale, applicati all'analisi di contenuti diffusi su YouTube e TikTok: contenuti generati da utenti, *caption*, commenti e altre forme di interazione digitale sono osservati come spazi di produzione e diffusione di immaginari legati alla periferia urbana, alla marginalità e alla performatività del sé.

L'analisi si articola attorno ad alcuni nuclei fondamentali, oltre a quelli già enunciati: l'analisi delle piattaforme digitali, intese come ambienti mediali che modellano ricezione e circolazione; e l'analisi dei contenuti presenti, presentati e condivise su queste. Questi elementi si intrecciano nel tentativo di mostrare come la trap diventi un terreno di costruzione, negoziazione e spettacolarizzazione dell'identità nazionale.

Unendo gli studi sulle piattaforme e quelli sulla *popular music*, la ricerca mette in luce il ruolo delle piattaforme digitali non solo come canali di distribuzione, ma come ambienti mediali attivi nella definizione di significati culturali. Seguendo la lettura di Ferreira, riletta nella funzionale sintesi di Fedele, si può sostenere che la trap incarni «una forma di arte di esistenza più che di resistenza» (Fedele 2024, 78) e che proprio «nella capacità di rappresentazione di mondi di vita risieda il suo carattere emancipatorio» (*Ivi*, 82).

La trap in Italia e sulle piattaforme

In Italia, gran parte della produzione trap è sviluppata e performata da giovani di seconda generazione che, attraverso musica e parole, raccontano la propria condizione, scardinando stereotipi e rivendicando presenza e diritti. Come osserva Filippi, «questi artisti raccontano della propria forma di vita e della propria condizione, scardinando stereotipi e rivendicando la propria presenza e i propri diritti [...] sulle narrazioni che essi propongono rispetto ai diritti di cittadinanza e ai processi di stigmatizzazione, esclusione e razzializzazione che subiscono» (Filippi 2024, 147).

In questa prospettiva, è utile richiamare il concetto di “network passivi” formulato da Asef Bayat (2010), ovvero relazioni tacite che vanno a crearsi tra individui atomizzati, stabilite attraverso l'identificazione delle loro comunanze direttamente sui *social network*, in questo caso. Questi *network* permettono alle persone di riconoscersi come parte di uno stesso gruppo sociale attraverso pratiche di consumo che portano alla costruzione di identità e nuove norme culturali. Tale prospettiva illumina un tratto specifico del potenziale emancipatorio della trap: l'immaginario e la narrazione dei *trapper*, quando percepiti come autentici da un

gruppo sociale o generazionale, danno origine a processi di auto-comprensione identitaria ma anche di etero-riconoscimento, aprendo a forme di solidarietà immaginate e di resistenza condivisa. La trap mette così in scena, consapevolmente o meno, forme di depravazione che, pur filtrate attraverso esperienze individuali, richiamano condizioni comuni a molteplici soggettività. Tale rappresentazione può essere letta come dispositivo di coesione e di significazione collettiva, in cui il vissuto personale si traduce in esperienza condivisa.

Dal punto di vista estetico, la trap si distingue da altri generi per la sua struttura evocativa e frammentaria: «vi è meno story-telling rispetto al rap, e le strofe seguono un andamento sincopato, senza un esplicito legame tematico, proponendo suggestioni di significato piuttosto che narrazioni lineari» (Conti 2020, 265). La ripetizione diventa un elemento semantico e strutturale: «le parole si ripetono come un cerchio di senso, e il cuore del brano risiede spesso nel ritornello, mentre le strofe rappresentano un elemento accessorio» (*Ibidem*). Lo stesso vale per la dimensione visiva: «i videoclip trap non mirano a raccontare storie coerenti, ma propongono flash e mescolanze di significato, con colori brillanti e riferimenti tribali [...]; le scritte sovrapposte alle immagini, colorate e graficamente d'impatto, riprendono i codici comunicativi del web e della pubblicità, fondendo suono e immagine in un'unica architettura mediale» (Conti 2020, 265). In questo contesto, «il consumo di beni di lusso è spesso contestualizzato in spazi liminali tra ghetto e città» (*Ivi*, 266), rivelando l'ambivalenza simbolica del genere tra aspirazione e critica. Come osservano Giorgi e Zanotti (2024), è possibile osservare come il valore identitario della trap possa essere espresso e condiviso «attraverso le piattaforme digitali dedicate al consumo musicale» (*Ivi*, 226). Essa diviene così uno strumento espressivo di valori e istanze culturali generazionali (Cuzzocrea e Benasso 2020), in un contesto in cui «i media svolgono un ruolo fondamentale nella costruzione di identità sociali e nella razionalizzazione delle esperienze» (Giorgi e Zanotti 2024, 231; Vittadini *et al.* 2013). Secondo il lavoro di analisi elaborato da Giorgi e Zanotti «la musica trap contribuisce alla costruzione e all'espressione di uno spirito generazionale degli utenti» (Giorgi e Zanotti 2024, 250) e, quindi, «diventa uno

strumento attraverso cui condividere esperienze, comprendere la realtà e negoziare la propria identità all'interno della cultura partecipativa promossa dalle logiche delle piattaforme digitali» (*Ivi*, 253).

Parte Uno – Soggettività liminari, marziane e diasporiche per narrare l'Italia

Al centro di questo capitolo si colloca l'ipotesi che le narrazioni proposte dagli artisti trap di seconda generazione rappresentino una forma di racconto politico delle soggettività contemporanee. Questi artisti rivendicano infatti la sincerità delle proprie biografie, rivendicando quella *realness* che, fin dalle origini, costituisce uno dei valori fondativi della cultura rap e hip hop da cui la trap, chiaramente, deriva (Scholz 2004; Bazin 2019). Raccontare la propria vita, la propria periferia, le disuguaglianze e le strategie di sopravvivenza, l'esperienza carceraria o quella migratoria diventa così un gesto di affermazione identitaria e, al tempo stesso, una pratica di autorappresentazione politica (Filippi 2024, 154).

In questo quadro, la posizione liminale rispetto al paese d'origine dei genitori e all'esperienza italiana si manifesta nelle sonorità, nei linguaggi e nei testi, dove l'identità si costruisce nella tensione tra appartenenze plurali e spesso contrastanti (*Ibidem*). Tale condizione si radica in un'intersezione tra classe ed etnia che definisce non solo la produzione musicale, ma anche la capacità comunicativa e rappresentativa di questi artisti all'interno della società italiana (*Ivi*, 166). A tal proposito, è necessario rileggere tre figure di artisti differenti fra loro che, seppur non propriamente – o non unicamente – definibili trap, conservano punti di tangenza con il genere e sono utili a delineare il *framework* dell'italianità qui preso in esame: Ghali, Baby Gang e Mahmood. Ghali, lungo il suo percorso, ha progressivamente assunto una postura pubblica e politica, culminata in gesti simbolici come l'acquisto della nave poi donata a Mediterranea. Baby Gang, al contrario, rappresenta una forma di *infra-politica* (Scott 2006): un insieme di pratiche e discorsi agiti dai “senza potere”, che pur non riconosciuti come esplicitamente politici, costituiscono forme di resistenza. Le loro traiettorie divergono sul piano

della visibilità e del linguaggio, ma convergono nel rendere pubblica una condizione di marginalità condivisa. La loro comunanza biografica e simbolica consente, come nota Filippi, di leggere la loro espressione non come alternativa, ma come articolazione complementare di un medesimo orizzonte politico esperienziale (Filippi, 167 e ss.). L'enorme successo di entrambi si spiega anche attraverso la riconoscibilità che i pubblici individuano nelle loro narrazioni. Essa opera su un doppio registro: da un lato, produce immedesimazione per chi vive condizioni di esclusione o razzializzazione; dall'altro, si allinea con l'etica neoliberale del nostro tempo, in cui il riscatto individuale e l'imprenditorialità di sé (Dardot e Laval 2013; Boltanski e Chiappello 2014) si fondono con l'immaginario del successo trap. Le biografie dei due artisti mostrano come la trap possa farsi racconto di sé e, insieme, sguardo collettivo su un'identità nazionale in trasformazione. Entrambi incarnano un'autenticità radicata nella tensione tra appartenenza ed esclusione, tra desiderio di integrazione e rivendicazione di differenza. Questa autenticità struttura le loro biografie e le colloca in uno spazio di frontiera – al tempo stesso interno ed esterno rispetto all'Italia contemporanea. Come osservano Cuzzocrea e Benasso (2020) e Belotti (2021), la trap si configura come una forma di espressione collettiva delle condizioni sociali e aspirazionali della Generazione Z, in particolare di coloro che provengono da contesti subalterni o migratori. In questa cornice va inserito il “caso Mahmood”, definito come «un esempio significativo di cortocircuito, condensazione e rifrazione di molteplici conflitti discorsivi e tensioni interpretative» (Barra *et al.* 2019, 329). Mahmood rappresenta il punto d'incontro tra dimensione diasporica, mediazione pop e costruzione mediale dell'identità nazionale. Come scrivono Barra e i suoi colleghi, la figura di Mahmood consente di osservare «il ruolo delle forme musicali, della televisione di intrattenimento e dei linguaggi mediatici contemporanei nei processi di produzione e riarticolazione discorsiva dell'identità nazionale – culturale, territoriale, etnica e perfino razziale – in rapporto a un'alterità genericamente definita nel discorso politico dominante» (*ivi*, 330). Attraverso i media, questi processi generano nuove rappresentazioni identitarie, trasformando i giovani artisti di seconda generazione in figure simboliche della

contemporaneità italiana (*ibidem*). Mahmood “funziona” – scrivono gli autori – proprio perché riesce a portare alla luce, in una forma accessibile e immediata, temi complessi come la cittadinanza, l’identità razziale e di genere, i rapporti familiari e le nuove geografie sociali (*ivi*, 337). È così che egli diventa «l’ultimo e più visibile caso di un filone crescente di artisti italiani – soprattutto nel campo hip hop – che affrontano tematiche migratorie, di alterità, sradicamento e razzismo». Le traiettorie professionali di Mahmood, Ghali e Baby Gang delineano, come osservano Cuzzocrea e Benasso, «una parabola di mobilità accelerata» (2020, 350), in cui la marginalità diventa motore di innovazione e visibilità.

Anche sul piano estetico, la trap contribuisce a ridefinire i codici della rappresentazione. Come osserva Conti, «il genere trap si impone sulla scena come qualcosa di distinto rispetto al rap precedente, caratterizzato non solo da nuove sonorità ma anche da contenuti che rimandano a un universo semantico innovativo» (2020, 260). Il successo nella trap, scrive ancora Conti, «arriva relativamente presto, e l’improvvisa disponibilità di denaro accentua la dimensione ostentativa; i trapper sono artisti individualisti, non rappresentano la coesione del gruppo o del quartiere svantaggiato» (*ivi*, 261). Tale dimensione si riverbera anche sul piano visivo, i videoclip trap «sono costruiti su effetti speciali dai colori accesi, distorsioni geometriche e atmosfere iperreali, abitate da trapper che si muovono come cartoni animati» (*ivi*, 263). Questa estetica eccessiva, artificiale e marziana costituisce la traduzione visiva della soggettività diasporica: un immaginario che si muove tra ostentazione e dislocamento, tra ironia e affermazione, tra alienità e desiderio di appartenenza.

In questo senso, le soggettività trap – liminari, diasporiche, marziane – non si limitano a rappresentare un’Italia altra, ma mettono in scena il modo in cui l’Italia contemporanea si percepisce, si riscrive e si immagina attraverso di esse.

Parte Due – *La concretezza: “Casa mia” di Ghali*

Il brano presentato da Ghali alla 74^a edizione del Festival di Sanremo, ovvero, *Casa mia*, rappresenta un osservatorio privilegiato per interrogare le connessioni tra trap e costruzione discorsiva dell’italianità – il brano non verrà analizzato nelle sue componenti musicali o nelle sue caratteristiche testuali e stilistiche, ma piuttosto nelle sue rimediazioni sulle piattaforme digitali. Il concetto di “casa”, che emerge tanto dal testo quanto dalla biografia dell’artista milanese, assume la forma di un dispositivo identitario che articola, allo stesso tempo, appartenenza e distanza, radicamento e precarietà. Nel brano, la casa non è solo luogo fisico o simbolico, ma un campo di tensione: tra inclusione ed esclusione, tra il desiderio di riconoscimento e la consapevolezza di un’appartenenza continuamente negoziata. In questo senso, *Casa mia* può essere letta come una riflessione sullo statuto instabile dell’identità nazionale, che si costruisce non per adesione ma per attrito, nei margini e nelle soglie del discorso pubblico.

La ricezione del brano – analizzata tramite i dati ricavabili da YouTube e TikTok – rende evidente come le sue immagini e le sue parole vengano riappropriati da soggettività caratterizzate da condizioni liminali, che utilizzano la piattaforma per affermare visibilità, legittimità e appartenenza. Ad esempio, su TikTok, il brano sezionato dagli utenti diviene uno spazio collettivo di risonanza, un lessico condiviso che traduce in forme vernacolari di discorso pubblico le tensioni dell’italianità contemporanea. In questa prospettiva, il vocabolario nazionale perde rigidità e si trasforma in uno strumento espressivo fluido, in grado di ospitare voci plurali e di funzionare come spazio di negoziazione identitaria. *Casa mia* mostra così come la trap si configuri non soltanto come linguaggio musicale, ma come luogo di mediazione, dove temi biografici e rappresentazioni collettive si intrecciano per dare forma a nuovi immaginari sociali.

In tal senso è utile riportare quanto osserva Valentina Fedele, «la fluidità musicale, stilistica e narrativa della trap ha spinto alcune analisi a considerare la non sussistenza di legami organici con mondi sociali e generazionali tali da poterla intendere come una vera e propria alternativa simbolica alle dinamiche sociali cui si

riferisce» (2024, 69). Proprio questa apparente mancanza di legame diretto con un orizzonte politico o generazionale definito costituisce, tuttavia, la forza del genere: la capacità di rappresentare i sintomi del sociale attraverso trasfigurazioni simboliche, anziché per mezzo di un realismo esplicito. Seguendo la prospettiva proposta da Bianchi e Dal Lago (2017), è possibile leggere la trap come dispositivo ideologico e sintomatico. Gli autori sostengono che un’analisi attenta delle forme espressive della *popular music* americana mostri un panorama «problematico e sfrangiato, in cui i sintomi del sociale non vengono nascosti ma trasfigurati nel testo musicale». In questo senso la *popular music*, sostengono sempre Bianchi e Dal Lago, «funziona come forma di mediazione ideologica di un’appartenenza di classe, un meccanismo attraverso cui la classe lavoratrice auto-rappresenta e auto-comprende – e insieme trasfigura – la posizione che occupa nella società» (*Ivi*, 13).

In questa chiave, *Casa mia* può essere interpretata come rappresentazione inconscia del modo in cui un’appartenenza sociale e culturale prende forma nell’immaginario collettivo. La “casa” di Ghali non rispecchia un’appartenenza preesistente: la costruisce, la mette in scena, la traduce in linguaggio condiviso. Ciò viene maggiormente rinforzato dalla ricezione e dalla rimediazione operata dagli utenti per mezzo delle piattaforme *social*. Per analizzare il brano e le sue rimediazioni piattaformizzate diviene necessario «saper guardare alle forme simboliche della classe indipendentemente dalla loro capacità di legarsi direttamente a un progetto politico di trasformazione» (Bianchi e Dal Lago 2017, 16). Applicando questo principio alla trap, si può sostenere che la sua potenza critica non risieda nella proposta di un’alternativa politica esplicita, ma nella capacità di dare visibilità a forme di vita e di appartenenza altrimenti escluse dal discorso pubblico *mainstream*.

Casa mia, in questo senso, non racconta solo un luogo, ma il diritto di nominarlo. È una canzone che parla di radici precarie, di comunità intermittenti, di desiderio di stabilità e di movimento. Il gesto di Ghali – portare sul palco dell’Ariston una canzone che reinterpreta il linguaggio dell’appartenenza da un punto di vista diasporico e affettivo – rende visibile ciò che spesso rimane implicito:

l’idea che la “casa”, oggi, sia meno un’eredità che un processo, meno un luogo che una negoziazione continua di senso e appartenenza.

Parte Tre – Le piattaforme come ambienti mediali: metodi digitali e micromaterialità della trap

Il contesto: ambienti e le piattaforme

Lo studio della trap italiana nelle piattaforme digitali richiede metodologie capaci di cogliere la natura interattiva, frammentaria e partecipativa dei suoi contenuti. In questo quadro, i *digital methods* (Rogers 2013) – definibili attraverso la formula «the methods of the medium» (*Ivi*, 1) – si rivelano strumenti essenziali per osservare la trap non soltanto come repertorio musicale, ma come flusso di interazioni, pratiche e immaginari condivisi. L’analisi dei contenuti, delle *caption*, dei commenti e delle pratiche vernacolari consente di leggere la trap come spazio di produzione culturale, in cui estetica sonora e partecipazione sociale si intrecciano. Come hanno osservato Giorgi e Zanotti (2024, 251), la categorizzazione algoritmica operata dalle piattaforme, combinata con le tracce digitali lasciate dagli utenti, promuove una concettualizzazione della trap che non si fonda su criteri strettamente musicali, bensì sulla prossimità generazionale e sociale tra artisti e il comportamento aggregato di utenti: su Spotify, la trap si configura come una categoria relazionale, plasmata dalle reti di raccomandazione e dai comportamenti d’ascolto che producono comunità implicite. Su TikTok, invece, il valore identitario della trap deriva dalla capacità del genere di adattarsi alle *affordances* della piattaforma, che favoriscono la *spreadability* (Jenkins 2013) e la reinterpretazione creativa dei contenuti. La trap diventa la base sonora di pratiche vernacolari memetiche – *lip sync*, *remix* – che trasformano i brani in vettori di riconoscimento, visibilità e autoaffermazione. In questo senso, come osservano ancora Giorgi e Zanotti, la

musica trap su TikTok si fa linguaggio collettivo, traducendo l'esperienza sonora in forme quotidiane di rappresentazione del sé.

Le piattaforme non vanno quindi intese come meri canali di distribuzione, ma come veri e propri ambienti mediali, in cui le logiche di produzione, circolazione e ricezione della trap si fondono (Marino e Tomatis 2019; Cuzzocrea e Benasso 2020) e laboratori privilegiati per analizzare questo genere musicale. TikTok si presenta come uno spazio di riappropriazione e di viralità, in cui le soggettività liminali utilizzano la diffusione memetica per affermare presenza e riconoscimento. *Casa mia* di Ghali ne rappresenta un caso emblematico: la piattaforma agisce come laboratorio di risignificazione, in cui frammenti testuali e sonori vengono rielaborati in chiave identitaria. YouTube, al contrario, assume il ruolo di archivio audiovisivo e discorsivo, dove videoclip, *caption* e commenti diventano spazi di negoziazione simbolica e partecipazione collettiva. La piattaforma non si limita a veicolare prodotti culturali, ma contribuisce attivamente alla costruzione di identità sociali e alla razionalizzazione dell'esperienza musicale, dando forma a un tessuto di interazioni che estende e risemantizza i contenuti trap. Dal punto di vista teorico, questa prospettiva si ricollega a quanto osservano Christopher Haworth e Georgina Born, secondo cui la musica contemporanea è sempre più inscritta in un assemblaggio di mediazioni non solo sonore – discorsive, materiali e sociali – che compongono un vero e proprio *assemblage musicale* (2022). Le piattaforme digitali rendono visibili questi elementi, poiché ciascun gesto – un commento, un algoritmo, un remix – diventa parte integrante della forma mediale della musica. I metodi digitali, in questa prospettiva, permettono di analizzare tanto la componente aurale e formale del brano, quanto le sue dimensioni discorsive e relazionali, offrendo una visione più complessa della musica come fenomeno mediato.

Come mostrato da Zanotti (2020; 2023; 2025), la combinazione tra strumenti computazionali e analisi qualitativa consente di restituire questa stratificazione di livelli: la trap appare così come un insieme di pratiche sonore e sociali, estetiche e algoritmiche, che si alimentano a vicenda. Tale approccio consente di leggere la

musica in accresciuto coinvolgimento con le sue materialità espansive, caratterizzato da una capacità intensificata di intertestualità e intermedialità (Haworth e Born 2022). Osservare la trap attraverso le piattaforme significa dunque riconoscerne la dimensione situata, la sua capacità di farsi discorso e forma di mediazione ideologica. Le forme simboliche vanno comprese non per la loro immediatezza politica, ma per la loro funzione rappresentativa (Bianchi e Dal Lago 2017): esse traducono in linguaggio le contraddizioni sociali che le attraversano. Allo stesso modo, la trap diffusa nelle piattaforme non è semplice intrattenimento, ma una sintesi delle tensioni che animano la società giovanile e urbana contemporanea. Le piattaforme, con le loro logiche di raccomandazione, commento e diffusione, possono così diventare laboratori di costruzione dell'immaginario. Esse producono forme di appartenenza fluide, fondate su algoritmi e affinità, ma capaci di restituire esperienze concrete di identificazione e di partecipazione. In questo senso, la musica trap non rappresenta soltanto un genere, ma un linguaggio culturale che attraversa media e soggettività, restituendo in forma nuova la percezione dell'Italia contemporanea.

L'oggetto: pratiche mediali e italianità

YouTube si configura come archivio audiovisivo e discorsivo, in cui videoclip, *caption* e commenti diventano spazi di negoziazione simbolica e di partecipazione. Le piattaforme, quindi, non si limitano a veicolare prodotti culturali, ma contribuiscono attivamente alla costruzione di identità sociali, generando un tessuto di interazioni che estende e risemantizza i contenuti trap.

L'analisi dei commenti al video di *Casa mia* di Ghali su YouTube evidenzia come le piattaforme diventino spazi di negoziazione discorsiva. Tramite YouTube Data Tools, un tool accademico e non commerciale curato e creato da Bernhard Rieder, ricercatore facente parte della Digital Methods Initiative dell'Università di Amsterdam (UvA) è stato possibile recuperare tutti i commenti legati al video del brano di Ghali e, successivamente, elaborarli tramite Voyant Tools – uno strumento web per la lettura e l'analisi di testi. La *wordcloud* (Figura 1) mostra la ricorrenza all'interno del corpus di termini come *canzone*, *Ghali*, *casa*, *Sanremo*, insieme agli

aggettivi *verde* e *blu*, che non solo rinviano direttamente al testo del brano, ma si caricano di una semantica cromatica legata all’italianità e ai simboli della bandiera nazionale. La centralità della parola *casa* si intreccia inoltre con espressioni di riconoscimento e appartenenza (*bravo, vincere, grazie*), a dimostrazione di come il brano sia percepito come veicolo identitario condiviso. Parallelamente, il *word tree* incentrato sul lemma “casa” (Figura 2) evidenzia collegamenti semantici con *Bangladesh, arab, politica*, aprendo il campo a una dimensione diasporica e transnazionale. L’idea di casa diventa così polisemica: da un lato si radica nel contesto nazionale, dall’altro accoglie la pluralità delle appartenenze diasporiche. Questa tensione tra nazionale e transnazionale, resa visibile dall’analisi dei commenti digitali, conferma il ruolo delle piattaforme come ambienti in cui la trap non solo circola, ma viene continuamente risemantizzata dai pubblici in chiave identitaria.



Figura 1 - Word Cloud – generata tramite Voyant Tool – contente i cinquanta termini maggiormente utilizzati nel corpus dei commenti di YouTube legati al brano "Casa mia" di Ghali (2024).

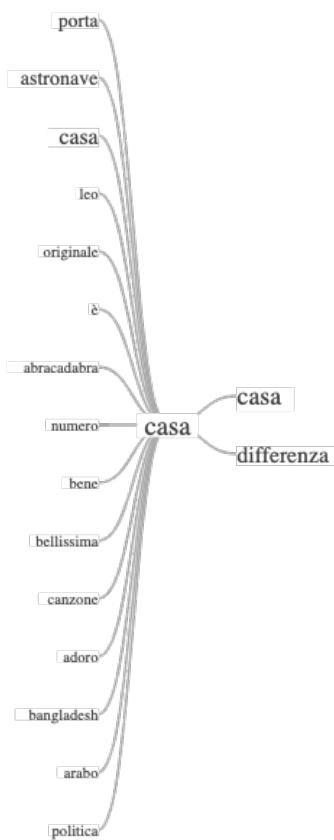


Figura 2 - Figura 1 - Word Tree – generata tramite Voyant Tool – a partire dal termine "casa" sulla base del corpus dei commenti di YouTube legati al brano "Casa mia" di Ghali (2024).

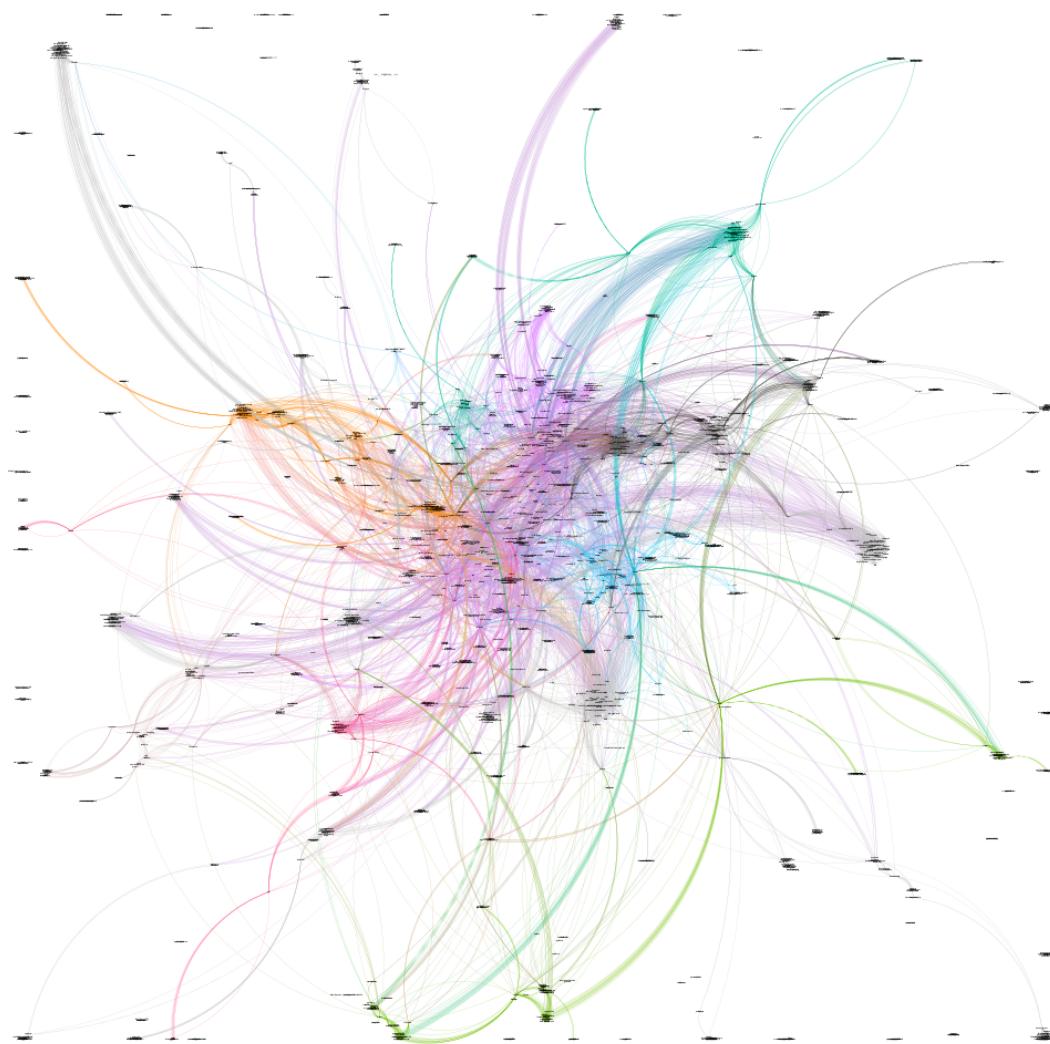


Figura 3 – Grafo legato alla presenza di Co-hashtag legato ai brani caratterizzati dal Sound ID "casa mia" su TikTok.

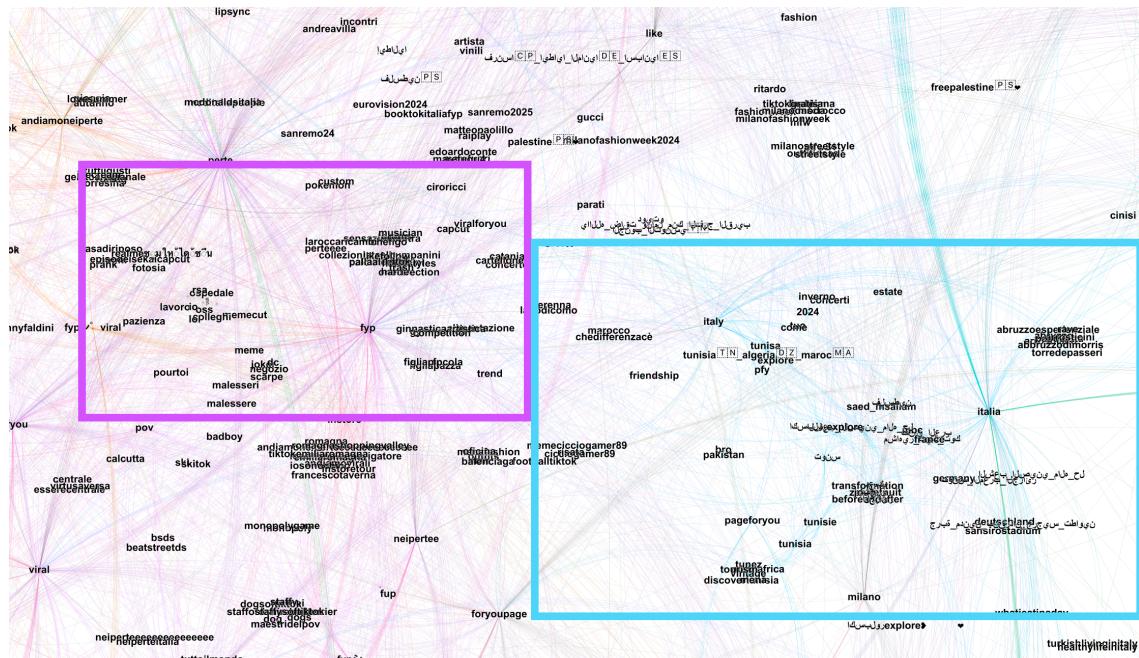


Figura 4 - Dettaglio del grafo legato alla presenza di Co-hashtag legato ai brani caratterizzati dal Sound ID "casa mia" su TikTok.

L'analisi degli hashtag utilizzati dagli utenti nella creazione dei loro contenuti (UGC) su TikTok, costruito a partire dal *Sound ID* – codice identificativo di un singolo brano, di una porzione di traccia o di un suono con il quale sincronizzare contenuti video – di *Casa mia*, rivela la formazione di reti relazionali complesse tra hashtag e pratiche discorsive. Su questa piattaforma, infatti, è possibile approfondire il posizionamento degli utenti rispetto al sound ID, andando ad analizzare gli hashtag compresi nei UGC (User Generated Content) che sfruttano un preciso suono. Gli hashtag costituiscono, come scrivono Omena ed il suo gruppo di ricerca (2020), formazioni sociotecniche, indicatori di senso e strumenti di aggregazione in rete. La rete relazionale (Figura 3), realizzata in Gephi – un *software open source* per analizzare le reti relazionali, su dati raccolti da Zeeuschiumer, ed elaborati da 4CAT¹ –, mostra

¹ Per brevità non verranno fornite definizioni esaustive degli strumenti utilizzati nell'elaborazione dell'articolo; si offre invece una sintetica descrizione dei principali. YouTube Data Tools (YTDT) consente, invece, inserendo l'ID – l'identificativo univoco di uno o più video o di un intero canale YouTube – di estrarre diverse tipologie di informazioni e metadati utili all'analisi. Gephi è un software open source per l'analisi e la visualizzazione di reti. Zeeschuimer è un'estensione del browser che consente la raccolta automatica di dati tramite funzioni di “scrolling and scraping”. 4CAT – Capture and Analysis Toolkit è una vera e propria cassetta degli attrezzi per l'analisi di diverse tipologie di dati: permette di raccogliere informazioni da fonti eterogenee e di esplorarle attraverso moduli analitici integrati.

la complessità delle reti di compresenza tra gli hashtag di contenuti associati al *Sound ID* di *Casa mia*. Si notano cluster distinti ma interconnessi: il principale sembra orientato alle *affordances* della piattaforma (#fyp, #viral, #perte), segnalando il tentativo degli utenti di sfruttare un suono di tendenza per far guadagnare di viralità ai loro contenuti. Altri sono legati alla dimensione culturale e geografica (#italia, #tunisia, #marocco, #palestina). Ed è interessante notare come quest'ultimo cluster venga a formarsi proprio in relazione ad un brano come *Casa mia*.

In questa complessità è possibile rileggere, nel dettaglio, le due aree evidenziate (in viola e in azzurro) corrispondono rispettivamente a pratiche di autopromozione e tendenza e a spazi discorsivi diasporici e mediterranei (Figura 4). Il brano di Ghali diventa così un nodo translocale che collega linguaggi, identità e culture, mostrando come la viralità possa trasformarsi in forma di riappropriazione politica e affettiva. La musica trap agisce come medium di traduzione tra la dimensione popolare e quella globale, tra algoritmi e soggettività, tra estetica e politica. In questa prospettiva, la visualizzazione dei dati non è semplice illustrazione, ma parte integrante del processo interpretativo: i grafici rivelano come la musica circoli, venga risignificata e si radichi in un immaginario collettivo che attraversa confini linguistici e geografici. Attraverso queste tracce visive e testuali, la trap italiana mostra la propria intermedialità culturale: un intreccio di suoni, parole e gesti digitali che, più che rappresentare l'Italia, la costruiscono – ogni volta – nel dialogo continuo tra piattaforme, corpi e algoritmi.

Outro – Conclusioni: Trap, Intermedialità e Italia

La trap italiana si distingue per un'estetica intermediale che fonde elementi sonori e visivi in forme frammentarie e spettacolari. Rispetto al rap, riduce la componente narrativa lineare, privilegiando la ripetizione, l'associazione semantica e il *refrain* come elementi strutturali centrali (Zhang 2017). Tale pratica non rappresenta un semplice esercizio stilistico, ma punta ad essere – anche se inconsapevolmente – un linguaggio esistenziale. È utile ribadire quanto osservato da

Ferreira (2016), ovverosia, la capacità della trap d'essere arte di esistenza più che di resistenza: una forma di affermazione individuale che trasforma la vulnerabilità in estetica e la marginalità in visibilità. Allo stesso tempo, come ricorda Kalu a (2018),  è proprio nella rappresentazione delle condizioni precarie e subalterne che risiede il potenziale emancipatorio del genere, capace di costruire processi di riconoscimento reciproco e di generare soggettività collettive. L'immaginario trap non si esaurisce dunque nella spettacolarizzazione del consumo o dell'eccesso, ma apre alla possibilità di riconoscere l'altro come parte di una stessa comunità affettiva e sociale, in linea con ciò che Bayat (2010) definisce *network passivi*: comunicazioni tacite e diffuse attraverso le quali gli individui marginali riconoscono le proprie comunanze nello spazio pubblico e mediale.

In questo senso, la trap italiana mette in scena una tensione costante tra marginalità e mainstream, tra periferia e centro, tra autenticità e spettacolo. Come nota Valentina Fedele, «la trap, rappresentando in forma non mediata l'universo di giovani di classe medio-bassa, delle periferie urbane, spesso diasporici, ne rileva più o meno consapevolmente le condizioni di esclusione educativa, formativa e lavorativa, la precarizzazione dei percorsi esistenziali, l'asfissia dell'immobilità sociale, la frustrazione delle aspirazioni personali e familiari, restituendo inevitabilmente fratture e antagonismi sociali, pur senza riferirvisi in modo diretto né costruire una vera alternativa simbolica» (Fedele 2024, 71).

Emerge, quindi, come la trap italiana funzioni come un laboratorio identitario e simbolico. Essa restituisce, in forma estetica e discorsiva, le fratture e le aspirazioni della società contemporanea, articolando nuove narrazioni di italianità che oscillano tra radicamento locale e proiezione globale, autenticità e spettacolarizzazione, esclusione e possibilità emancipatorie. Come conclude Fedele, «il potenziale emancipatorio della trap sarebbe da ricercarsi nella creazione stessa di un'estetica e di un immaginario in cui le marginalità prodotte dal tardo capitalismo possono riconoscersi» (2024, 71). In questa capacità di coniugare auto-rappresentazione e mediazione, quotidianità e spettacolo, risiede la forza più profonda della trap italiana.

Bibliografia

- Barra, Luca, Manzoli, Giacomo, Santoro, Marco, Solaroli, Marco (2019), *Un marziano all'Ariston. Mahmood tra televisione, musica, politica e identità*, «*Studi culturali*», vol. 16, n. 2, pp. 329-343.
- Bazin, Héloïse (2019), *L'authenticité dans le rap français contemporain*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle.
- Beccanulli, Angela Antonia, Biraghi, Simona, Gambetti, Rossella (2020), *Migrant Consumers, Celebrity Culture e Tecnosocialità*, «*Micro & Macro Marketing*», vol. 29, n. 2, pp. 251-273. DOI: <https://doi.org/10.1431/97320>.
- Belotti, Enrico (2021), «*Il cavallo di Troia con dentro gli altri*: diseguaglianza socio-spatiale, marginalizzazione scolastica e lavoro nell'opera di Marracash», «*Tracce urbane*», vol. 10, pp. 195-207.
- Belloni, Giulia, Boschetti, Luca (2021), «*Avessimo avuto i soldi, magari, mi comprerei una tutta più bella*. Oltre l'immagine stereotipata e la narrazione mediatica di luoghi e persone», «*Tracce urbane*», vol. 10, pp. 168-193.
- Benasso, Stefano, Benvegna, Luca (a cura di) (2024), *Trap! Suoni, segni e soggettività nella scena italiana*, Aprilia, Novalogos.
- Bianchi, Paolo, Dal Lago, Marco (2017), *It's Five O'Clock Somewhere. Note su classe, ideologia e identità nella popular music*, s.l., s.e.
- Boltanski, Luc, Chiappello, Ève (2014), *Le nouvel esprit du capitalisme* [1999], Paris, Gallimard.
- Conti, Umberto (2020), *Urban Youth in Transformation: Considerations for a Sociology of Trap Subculture*, «*Italian Sociological Review*», vol. 10, n. 2, pp. 257-270.
- Crawford, Claire B. (2021), *Dreams from the Trap: Trap Music as a Site of Liberation*, «*Social Science Quarterly*», vol. 102, n. 1, pp. 1-7. DOI: <https://doi.org/10.1111/ssqu.13085>.
- Cuzzocrea, Valentina, Benasso, Stefano (2020), *Fatti strada e fatti furbo: generazione Z, musica trap e influencer*, «*Studi culturali*», vol. 17, n. 3, pp. 427-448. DOI: <https://doi.org/10.1405/99452>.
- Dardot, Pierre, Laval, Christian (2013), *La nuova ragione del mondo. Critica della razionalità neoliberista*, Roma, DeriveApprodi.
- Dell'Agnese, Elena (2019), *Musica (popolare) e spazi urbani: una introduzione*, «*Rivista geografica italiana*», vol. 126, n. 4, pp. 7-19.
- Fedele, Valentina (2024), *Per certe persone sarà un salvagente. Immaginari auto-comprensivi e potenziale emancipatorio della trap italiana*, in Stefano Benasso, Luca Benvegna (a cura di), *Trap! Suoni, segni e soggettività nella scena italiana*, Aprilia, Novalogos, pp. 69-91.

- Ferrari, Jacopo (2018), *La lingua dei rapper figli dell'immigrazione in Italia*, «Lingue e culture dei media», vol. II, n. 1, pp. 155-172. DOI: <https://doi.org/10.13130/2532-1803/10309>.
- Ferreira, Vítor Sérgio (2016), *Aesthetics of Youth Scenes: From Arts of Resistance to Arts of Existence*, «Young», vol. 24, n. 1, pp. 66-81. DOI: <https://doi.org/10.1177/1103308815595520>.
- Filippi, Davide (2024), *A me fra non mi stava bene, che io non avevo e tu avevi. La musica trap delle seconde generazioni tra autodeterminazione e identità liminali*, in Stefano Benasso, Luca Benvegna (a cura di), *Trap! Suoni, segni e soggettività nella scena italiana*, Aprilia, Novalogos, pp. 144-169.
- Giorgi, Giulia, Zanotti, Mattia (2024), “Non ci pentiremo da vecchi perché saremo ricchi per sempre”, in Stefano Benasso, Luca Benvegna (a cura di), *Trap! Suoni, segni e soggettività nella scena italiana*, Aprilia, Novalogos, pp. 224-257.
- Giubilaro, Chiara, Pecorelli, Valeria (2019), *El nost Milan: il rap dei “nuovi italiani”, tra riappropriazioni urbane e rivendicazioni identitarie*, «Rivista geografica italiana», vol. 126, n. 4, pp. 21-42.
- Haworth, Christopher, Born, Georgina (2022), *Music and Digital Media: A Planetary Anthropology*, London, UCL Press.
- Jenkins, Henry (2013), *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York, New York University Press.
- Kalu  a, Jakub (2018), *Reality of Trap: Trap Music and Its Emancipatory Potential*, «IAFOR Journal of Media, Communication & Film», vol. 5, n. 1, pp. 7-23.
- Magaudda, Paolo (2009), *Il rischio di dilapidare un capitale (sottoculturale). Processi di istituzionalizzazione e conflitti culturali nel «campo» della musica indipendente in Italia*, in Marco Santoro (a cura di), *La cultura come capitale. Consumi, produzioni, politiche, identità*, Bologna, Il Mulino, pp. 117-140.
- Magaudda, Paolo, Spaziente, Lucio (2022), *Lo studio delle sottoculture musicali: sguardi disciplinari, trasformazioni sociali, mutamenti estetici*, «Studi culturali», vol. 19, n. 1, pp. 73-90.
- Marino, Gabriele, Tomatis, Jacopo (2019), “«Non sono stato me stesso mai»: rappresentazione, autenticità e racconto del sé nelle digital identities dei trap boys italiani”, «La valle dell’Eden», vol. 35, pp. 93-102.
- Molinari, Nicola, Borreani, Federico (2021), *Note di ricerca sul rapporto tra musica, spazio e violenza nella scena trap di Torino Nord*, «Tracce urbane», vol. 10, pp. 58-86.
- Molinari, Nicola, Borreani, Federico (2024), *Dal quartiere degradato alla Torino magique. A Qualitative Analysis of the Imaginaries and Territories of the North Turin Trap Scene*, «Etnografia e ricerca qualitativa», vol. 17, n. 1, pp. 45-70. DOI: <https://doi.org/10.3240/113461>.

- Pepponi, Elena (2024), *Il lessico della musica rap e trap femminile italiana. Indagine su un corpus di brani di artiste delle generazioni Millennials e Z*, «Lingue e culture dei media», vol. 8, n. 1, pp. 188-209. DOI: <https://doi.org/10.54103/2532-1803/24885>.
- Peeters, Stijn e Hagen, Sal, The 4CAT Capture and Analysis Toolkit: A Modular Tool for Transparent and Traceable Social Media Research, «Computational Communication Research», vol. 4, n. 2, 2022, p. 571.
- Rogers, Richard (2013), *Digital Methods*, Cambridge (MA), MIT Press.
- Santoro, Marco, Solaroli, Marco (2007), *Authors and Rappers: Italian Hip Hop and the Shifting Boundaries of Canzone d'Autore*, «Popular Music», vol. 26, n. 3, pp. 463-488.
- Scholz, Anne-Marie (2004), *From Fidelity to History: Film Adaptation as Cultural Events in the Twentieth Century*, Oxford, Berghahn Books.
- Scott, James C. (2006), *Forms of Domination and the Hidden Transcript*, New Haven, Yale University Press.
- Spaziante, Lucio (2008), *La musica popular e gli studi culturali*, in Cristina Demaria e Siri Nergaard (a cura di), *Studi culturali. Temi e prospettive a confronto*, Milano, McGraw-Hill, pp. 255-291.
- Tosoni, Simone (2021), *Italowave. I nuovi studi accademici delle subculture spettacolari in Italia*, «Studi culturali», vol. 18, n. 3, pp. 520-530.
- Vittadini, Nicoletta, et al. (2013), *Crossmedia. Le nuove narrazioni*, Milano, Vita e Pensiero.
- Woodman, Dan (2018), *Gender and Generations: Using a Generational Framework to Rethink Continuity and Change in the Gender Order*, «About Gender», vol. 7, n. 13, pp. 1-25.
- Zanotti, Mattia (2020), *Codes with Consequences*, tesi di laurea magistrale, Università di Pavia.
- Zanotti, Mattia (2023), *Spotify for Musicologists*, relazione presentata alla conferenza IASPM-IT “Giovani_Fuori_Classe”, Università di Torino.
- Zanotti, Mattia (2025), *Processi di piattaformizzazione nella produzione intermediale della popular music: micromaterialità, metodi digitali e immaginari musicali*, tesi di dottorato, Università di Pavia.
- Zhang, Zhen (2017), *Trap Aesthetics and Global Hip-Hop: Repetition and Affect in the Digital Era*, «Popular Music Studies Journal», vol. 29, n. 3, pp. 301-317.

Sitografia

Digital Methods Initiative, 4CAT: Capture and Analysis Toolkit, <https://www.digitalmethods.net/Dmi/Tool4CAT>.

Digital Methods Initiative, Zeeschuimer: Bulk Scraping and Analysis for Web Forums, <https://github.com/digitalmethodsinitiative/zeeschuimer>.

Voyant Tools, Voyant Tools: Text Analysis Suite, <https://voyant-tools.org/>.

Nota biografica

Mattia Zanotti è musicologo e assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi di Milano. Le sue ricerche si concentrano sulle trasformazioni della popular music nell'ecosistema digitale, con particolare attenzione alle piattaforme di *streaming*. Attraverso l'uso di metodi digitali e un approccio teorico ai media, studia come gli ambienti online generino nuove forme di mediazione, risemantizzazione e circolazione della musica. Si occupa inoltre di media residuali, in particolare della musica a stampa italiana del primo Novecento, mettendo in luce continuità e discontinuità nelle logiche culturali della mediazione musicale.

mattia_zanotti@hotmail.it

Come citare questo articolo

Zanotti, Mattia (2025), *“Casa mia o casa tua”? Le piattaforme e l’identità performata dalla e nella trap in Italia*, «Scritture Migranti», a cura di Valentina Carbonara, Daniele Comberiati, Chiara Mengozzi, Borbala Samu, n. 19, pp. 83-107.

Informativa sul Copyright

La rivista segue una politica di “open access” per tutti i suoi contenuti. Presentando un articolo alla rivista l'autore accetta implicitamente la sua pubblicazione in base alla licenza Creative Commons Attribution Share-Alike 4.0 International License. Questa licenza consente a chiunque il download, riutilizzo, ristampa, modifica, distribuzione e/o copia dei contributi. Le opere devono essere correttamente attribuite ai propri autori. Non sono necessarie ulteriori autorizzazioni da parte degli autori o della redazione della rivista, tuttavia si richiede gentilmente di informare la redazione di ogni riuso degli articoli. Gli autori che pubblicano in questa rivista mantengono i propri diritti d'autore.